



Word een datagedreven online marketing professional
Workshop Data Analytics: dashboarding voor pro's
(niveau 3)

De deelnemers en wijzelf hechten veel belang aan het ontmoetings- en netwerkaspect van onze bijeenkomsten. We zijn dan ook verheugd om een doorstart te maken met de onze bijeenkomsten die voor de zomer uitvielen, erop vertrouwend dat vanaf 1 september de Corona-maatregelen daartoe voldoende ruimte bieden.

De afgelopen 2 jaar organiseerde de Mediafederatie Academy uiteenlopende workshops, masterclasses en inspiratiesessies over data gedreven marketing. De vraag naar meer trainingen blijft onverminderd groot. Dat is niet zo gek: nieuwe tools volgen elkaar in hoog tempo op en komen ook beschikbaar voor kleinere uitgeverijen. En zonder de juiste marketingdata raakt je organisatie achterop in de markt. Data Analytics stellen je in staat om de effectiviteit van je (content)marketing te vergroten door personalisatie, (re)targetting, gedifferentieerde distributie en dynamische beprijzing. Uiteindelijk ben je in staat om je online marketingstrategie te plannen en te automatiseren.

Daarom organiseren we drie praktische workshops over Data Analytics. De nadruk ligt op het leren toepassen van data in de eigen online marketingaanpak. Interactie, leren van elkaar en werken aan praktijkopdrachten staan centraal. Om alle deelnemers voldoende aandacht te kunnen geven, is het aantal deelnemers per workshop beperkt tot maximaal 20. VOL = VOL. **Je kunt je nu aanmelden voor een of meer workshops. Als je je aanmeldt voor alle drie dan doe je een stoomcursus Data Analytics.**

NIVEAU 3

Je bent bekend met Google Analytics en weet ook hoe je daar meer uit kan halen. Of je hebt deelgenomen aan de workshops Data Analytics: de basis (niveau 1) en advanced (niveau 2) op 12 en 19 mei jl. De nadruk ligt op het optimaliseren van data in de eigen online marketingaanpak. Je wilt meer dan de gebruikelijke rapportagemogelijkheden van Google Analytics en stappen zetten richting marketing automation. In het Data Maturity Model hieronder betreft dit de stap naar de onderscheidende fase. Kijk ook goed naar de onderwerpen in het programma van deze workshop.

RESULTAAT VAN DE WORKSHOP

Aan het eind van de workshop

- heb je geleerd hoe Google Data Studio werkt;
- weet je hoe je databronnen aan Google Data Studio koppelt;
- kun je zelf dashboards en rapportages maken.

PRAKTISCH

Voor wie? Marketeers, redacteuren en data analisten. Maximaal 20 deelnemers
Wanneer? **Maandag 26 oktober 2020, 10.00 - 15.30 uur (inclusief registratie)**
Waar? de Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam
Kosten?* GAU biedt leden een subsidie van € 100,-; zij betalen € 149,-*
GEU-leden betalen € 249,-*
MMA subsidieert per lid één van de drie workshops (niveau 1, 2 of 3) volledig*
MVW subsidieert deelname van leden volledig*
NDP Nieuwsmedia-leden leden € 249,-*
Niet-leden: € 498,-*



Prijzen zijn excl. btw. DOOR DE KLEINSCHALIGHEID VAN ONZE BIJeenKOMSTEN ALS GEVOLG VAN COVID-19 WORDT DEELNAME DEELS UIT DE LEDENCONTRIBUTIE GEFINANCIERD. JOUW INSCHRIJVING VOOR DEZE BIJeenKOMST WORDT DAAROM ALS DEFINITIEF BESCHOUWD. BIJ AFMELDINGEN WORDT IN ALLE GEVALLEN HET GEHELE BEDRAG VAN €249,- IN REKENING GEBRACHT. **Dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden.*** Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw/uw plaats in laten nemen.

PROGRAMMA

- 10.00 Ontvangst en registratie
- 10.15 Start workshop ochtendprogramma
- 12.15 Lunchpauze
- 13.00 Start workshop middagprogramma
- 15.30 Einde workshop

[MELD JE DIRECT AAN](#)

ONDERWERPEN

- Google Data Studio
- Google tag-manager gebruiken
- KPI's setting en ontwerpen dashboards
- Koppelen databronnen
- Koppelen Mailchimp, Facebook, Twitter, search console, Facebook ads, Google Ads
- Jonas: Instagram en YouTube toevoegen
- In workshop vorm een eerste dashboard maken

SPREKER

De drie workshops worden gegeven door [Jonas Nouwen](#).


Jonas Nouwen is online strateeg en expert op het gebied van online marketing en native advertising. Hij heeft gewerkt met verschillende toonaangevende internetbureaus, uitgevers en mediabedrijven. Hij was directeur van de branchevereniging van internetbureaus in Nederland (DDA – Dutch Digital Agencies) en is co-founder van Bladendokter.nl en The Big Story. Zijn expertise beslaat meerdere aspecten van online communicatie, zoals online strategie, branded content, sales, social marketing en publishing. Jonas werkt als consultant en interim-manager en geeft geregeld trainingen en lezingen.



DATA MATURITY MODEL

De maturity-niveaus in het model definiëren schalen van volgroeiheid in relatie tot data-gedreven werken. Er zijn vijf niveaus: ad hoc, opportunistisch, systematisch, onderscheidend en transformerend. Op welk niveau jouw uitgeefmediabedrijf zich bevindt, kun je bepalen aan de hand van vier onderwerpen: management, organisatie, data en technologie. Hoe meer een uitgeefmediabedrijf zich aan de rechterkant van het model bevindt, hoe verder dit bedrijf is wat betreft data-gedreven werken. Het model ziet er als volgt uit:

DATA MATURITY MODEL

	1 AD HOC	2 OPPORTUNISTISCH	3 SYSTEMATISCH	4 ONDERSCHIEDEND	5 TRANSFORMEREND
MANAGEMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Helemaal geen strategisch belang • Geen verantwoordelijke medewerkers 	<ul style="list-style-type: none"> • Geen strategisch belang • Verantwoordelijke medewerkers 	<ul style="list-style-type: none"> • Redelijk strategisch belang • Verantwoordelijkheid ligt in takenpakket van een directielid 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategisch belangrijk • Verantwoordelijkheid is hoge prioriteit in takenpakket van een directielid 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategisch heel belangrijk • Er is een directielid compleet verantwoordelijk
ORGANISATIE	<ul style="list-style-type: none"> • Geen strategie en beleid • Een paar werknemers zijn ermee bezig • Geen beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Vage strategie en beleid • Kleine groep experts zijn ermee bezig • Vaag beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie en beleid aanwezig • Afdeling met experts zijn ermee bezig • Duidelijk beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Duidelijke strategie en beleid • Experts verspreid door de organisatie zijn ermee bezig • Duidelijk en goed gecommuniceerd beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeer duidelijke strategie en beleid • Iedereen in het bedrijf is expert en ermee bezig • Duidelijk en goed toegepast beleid
DATA	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit data-analytics is zeer laag • Alleen verantwoordelijken hebben toegang • Er wordt geen data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit data-analytics is laag • Verantwoordelijke en klein groepje hebben toegang • Er wordt weinig data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit van data-analytics is redelijk • Redelijk veel werknemers hebben toegang • Er wordt redelijk veel data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit van data-analytics is goed • Meeste werknemers hebben toegang • Er wordt veel data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit van data-analytics is zeer goed, • Iedereen heeft toegang • Alle data wordt opgeslagen
TECHNOLOGIE	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een basic analytics pakket 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van basic analytics pakket • Data delen via excel 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via simpele dashboards 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via geavanceerde dashboards 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via Big Data algoritmes

INFORMATIE

Voor meer informatie neem je contact op met [Judith Sloothaak](#), telefoon 020 - 430 91 65.

Inschrijfformulier

*Betalings- en annuleringsvoorwaarden

Prijzen zijn excl. btw. DOOR DE KLEINSCHALIGHEID VAN ONZE BIJENKOMSTEN ALS GEVOLG VAN COVID-19 WORDT DEELNAME DEELS UIT DE LEDENCONTRIBUTIE GEFINANCIERD. JOUW INSCHRIJVING VOOR DEZE BIJENKOMST WORDT DAAROM ALS DEFINITIEF BESCHOUWD. BIJ AFMELDINGEN WORDT IN ALLE GEVALLEN HET GEHELE BEDRAG VAN €249,- IN REKENING GEBRACHT. **Dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden.*** Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw/uw plaats in laten nemen.

Voor werkgevers zijn deze zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Voor particulieren zijn scholingskosten aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Daarbij geldt een drempelbedrag van € 250,-.

